vinetur

Prosecco frena el desplome del vino italiano en Estados Unidos

El espumoso sube un 1,8% pese al arancel del 10% y a la caída del consumo juvenil

miércoles 1 de julio de 2026



El Prosecco está amortiguando la caída del vino italiano en Estados Unidos en un momento de menor consumo y presión arancelaria. Los datos del Observatorio de la Unione Italiana Vini, elaborados con cifras de SipSource y publicados el pasado 30 de junio por il Nord Est, muestran que en los cinco primeros meses del año el volumen de vino consumido en el mercado estadounidense bajó un 10,1%, mientras que el vino

italiano retrocedió un 7,3%.

Dentro de ese descenso general, los espumosos italianos registraron una bajada mucho menor, del 2%, gracias al comportamiento del Prosecco, que avanzó un 1,8%. Esa evolución contrasta con la del resto de categorías. Los tintos italianos cedieron un 9,7%, los blancos un 9,3%, los rosados un 13% y los vinos aromáticos un 17,4%.

La lectura de estos datos apunta a que el espumoso del noreste italiano mantiene una posición más estable en un mercado que compra menos alcohol y vigila más el gasto. Según la información recogida por il Nord Est, parte de las bodegas ha optado por repartir con los importadores el efecto del arancel al 50%, con una rebaja de márgenes para conservar presencia comercial.

La situación llega además en un momento delicado para el comercio exterior italiano. En el primer cuatrimestre de 2026, las exportaciones de vino italiano a mercados extracomunitarios cayeron un 8,5% en valor. En Estados Unidos, el saldo acumulado en los cinco primeros meses sigue siendo muy negativo, con un descenso del 15,4%, según las mismas cifras.

El factor arancelario sigue abierto. Hasta el próximo 24 de julio, el vino europeo está sujeto en Estados Unidos a un arancel del 10%. Si para esa fecha no hay acuerdo comercial entre la Unión Europea y Washington, el sistema puede volver a una fase de incertidumbre y abrir la puerta a nuevas subidas. Para el sector de bebidas, esta negociación tiene un peso directo porque Estados Unidos es el primer mercado del vino italiano y cualquier cambio en precios, márgenes o mezcla de productos puede alterar ventas, importaciones y posicionamiento de marcas en uno de los principales destinos internacionales.

El impacto económico ya se deja ver. Entre abril de 2025 y abril de 2026, el vino italiano pagó en Estados Unidos unos 180 millones en aranceles, según los datos citados por il Nord Est. Al mismo tiempo, los precios medios bajaron con fuerza. En los vinos tranquilos pasaron de 6,55 a 5,07 euros por litro, lo que supone un recorte del 21%. En los espumosos descendieron de 5 a 4,2 euros por litro, un 16% menos.

Lamberto Frescobaldi, presidente de Unione Italiana Vini, señaló que Estados Unidos sigue siendo el primer mercado para el vino italiano, aunque advirtió de que los aranceles no explican por sí solos la situación actual. A su juicio, a la presión comercial se suma la debilidad del dólar y un cambio más profundo en las pautas de consumo.

Ese cambio afecta sobre todo al público joven. La información publicada en Italia recoge que las nuevas generaciones beben menos y muestran más reservas ante el alcohol. Entre las razones aparece también la extensión de dispositivos personales que miden sueño, frecuencia cardiaca o recuperación física tras beber. Ese tipo de control refuerza una relación más vigilada con el consumo y complica la conexión del vino con parte del público más joven.

En ese escenario, el Prosecco aparece como una excepción parcial dentro del conjunto italiano. Su precio más accesible frente a otras referencias y su asociación con ocasiones informales o festivas le permiten resistir mejor que otras categorías. Aun así, las cifras también indican que ese apoyo tiene límites: por sí solo no puede sostener durante mucho tiempo unas exportaciones a Estados Unidos que representan cerca de una cuarta parte del total nacional.

Las próximas semanas serán relevantes para medir si esa resistencia se mantiene. El resultado de las conversaciones comerciales entre Bruselas y Washington antes del próximo 24 de julio puede influir en la evolución del segundo semestre. También pesará la respuesta del consumidor estadounidense ante unos precios ajustados y una oferta italiana que intenta conservar cuota en un mercado menos expansivo que en años anteriores.